

### BAB III METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dilatarbelakangi oleh pertanyaan yang dijelaskan pada bab sebelumnya, jenis studi ini merupakan survei lapangan yang menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode kuantitatif menggunakan pengukuran, perhitungan dan rumus serta validitas data saat merancang penelitian, proses, hipotesis, observasi dan analisis data.<sup>1</sup> Selanjutnya, data diolah dan di analisis mengetahui bagaimana pengaruh *electronic word of mouth*, kualitas produk dan harga terhadap minat beli sosis indomaret Yummy Choice.

Untuk menggambarkan variabel yang diteliti, penelitian deskriptif melibatkan paparan, penelitian, dan penjelasan mengenai femonema yang diamati.<sup>2</sup> Penelitian deskriptif bertujuan untuk mengevaluasi hipotesis atau pertanyaan mengenai keadaan saat ini dari subyek penelitian. Beberapa situasi melibatkan pendapat dan peristiwa dalam penelitian ini.<sup>3</sup>

#### B. Teknik Pengumpulan Data

Sumber yang menjadi acuan dalam penelitian ini ialah:

##### 1. Data Primer

Penelitian ini data primer berupa menyebar kuesioner (angket) sesuai dengan variabel yang telah ditentukan. Dengan masing-masing variabel terdiri dari 9-12 pertanyaan.

Penggunaan kuesioner adalah pendekatan yang sesuai untuk mengumpulkan data. Melalui kuesioner, responden memiliki kesempatan untuk menyampaikan pendapat mereka.<sup>4</sup> Penyebaran kuesioner meliputi pertanyaan-pertanyaan mengenai pengaruh *electronic word of mouth*, kualitas produk dan harga terhadap minat beli sosis indomaret Yummy Choice.

Alat penelitian yang dipakai untuk mengukur penelitian yang berbasis kuantitatif adalah skala Likert, yang terdiri dari kuesioner yang memiliki kriteria sebagai berikut:<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> Lukas S Musianto, "Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian," n.d., 3.

<sup>2</sup> Musianto, "Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian," 3.

<sup>3</sup> Jurnal Simetrik Vol et al., "Jurnal Simetrik Vol 11, No. 1, Juni 2021" 11, no. 1 (2021): 434.

<sup>4</sup> Vol et al., 434.

- a) Sangat setuju = 5
- b) Setuju = 4
- c) Netral = 3
- d) Tidak setuju = 2
- e) Sangat tidak setuju = 1

## 2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data yang dijadikan acuan terdiri dari artikel ilmiah, youtube, tiktok, webpage dan buku untuk merujuk dalam penyusunan skripsi.

## C. Populasi dan sampel

### 1. Populasi

Populasi merujuk pada suatu area luas yang terdiri dari objek atau subjek dengan atribut dan sifat-sifat tertentu.<sup>6</sup> Jadi populasi tidak hanya orang, namun dapat berupa obyek atau benda yang berada di sekitar. Selain itu, populasi juga meliputi ciri atau sifat dari obyek maupun obyek yang diteliti.<sup>7</sup> Populasi pada penelitian kali ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus angkatan 2020 yang berjumlah 559 mahasiswa.

### 2. Sampel

Sebagian dari karakteristik dan jumlah populasi yang telah ditentukan disebut sebagai sample. Seorang peneliti tidak dapat menyelidiki setiap aspek dari populasi yang begitu besar. Hal ini disebabkan oleh kendala seperti biaya, sumber daya manusia, dan waktu. Sebagai hasilnya, sampel yang diambil merupakan representasi dari populasi yang telah ditetapkan.<sup>8</sup> Karena sifat penelitian ini adalah deskriptif dan pengambilan sampelnya dilakukan secara acak, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling (simple random sampling)* yang diterapkan pada populasi yang homogen. Melalui teknik pengambilan sampel ini, setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel dalam penelitian.<sup>9</sup>

<sup>6</sup> Jasmalinda, "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman.," *Jurnal Inovasi Penelitian* 1, no. 10 (2021): 2199–2205.

<sup>7</sup> Sabekti Trinuryono, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, and Jalan Perikanan, "Siswa Dengan Model Blended Learning Di Masa," n.d., 3.

<sup>8</sup> Supardi Supardi, "Populasi Dan Sampel Penelitian," *Unisia* 13, no. 17 (1993): 3, <https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss17.art13>.

<sup>9</sup> Supardi, 3.

Studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus menerapkan rumus Slovin dengan tingkat signifikansi sebesar 10% atau 0,1. Sampel diambil dari mahasiswa yang terdaftar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) angkatan 2020. Berikut adalah rumus Slovin yang digunakan:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel

N: Ukuran populasi

e: Tingkat kesalahan dalam pengambilan sampel.<sup>10</sup>

Berikut adalah perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ n &= \frac{559}{1 + 559(0,1)^2} \\ n &= \frac{559}{1 + 559(0,01)} \\ n &= \frac{559}{1 + 5,59} \\ n &= \frac{559}{6,59} \\ n &= 84,82 \text{ dibulatkan menjadi } 85 \text{ sampel} \end{aligned}$$

Jadi, hasil dari perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan populasi yang berjumlah 559 mahasiswa. Peneliti mengambil sampel sebanyak 85 mahasiswa dengan tingkat kesalahan 10%.

#### D. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merujuk pada atribut atau ciri khas dari objek yang menyebabkan variasi nilai. Terdapat dua variabel dalam studi ini, yakni:

##### 1. Variabel Independen (variabel bebas)

Variabel independen adalah faktor yang memiliki dampak terhadap variabel dependen.<sup>11</sup> Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *electronic word of mouth*, kualitas produk dan harga.

<sup>10</sup> Theodoros Theodoridis and Juergen Kraemer, Title,” Rumus Slovin:Panacea, Masalah Ukuran Sampel? 4, no. 2 (2023): 24–43.

<sup>11</sup> Purwanto, “( M ) D Am,” *Teknodik* 44 (2014): 6.

2. Variabel Dependen (variabel terikat)  
Variabel dependen adalah variabel yang terpengaruh oleh variabel independen.<sup>12</sup> Variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli.

E. Operasional Variabel

Menurut Saifudin Azwar, operasional memiliki satu makna, sehingga dapat diterima secara objektif bahkan jika indikator yang digunakan tidak terlihat.<sup>13</sup> Untuk mencegah kesalahpahaman, variabel penelitian ini dijelaskan masing-masing sesuai dengan karakteristik yang berpengaruh. *Electronic word of mouth*, kualitas produk dan harga adalah variabel independen yang akan diukur. Karena ketiga variabel tersebut dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Sedangkan minat beli sebagai variabel dependen. Minat beli sangat penting dalam pemasaran karena dapat menciptakan motivasi atau keinginan terhadap konsumen untuk memenuhi kepuasan hati. Definisi operasional adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1  
Definisi Operasional Variabel

| Variabel                             | Definisi                                                                                                                                                                                                                          | Indikator                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Pengukuran                |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| <i>Electronic Word of Mouth</i> (X1) | Menurut Adeliastari, Vina Ivana dan Sienny Thio, <i>Electronic word of mouth</i> merupakan komunikasi yang membutuhkan internet, dimana antar konsumen tidak saling mengenal dan berbagi informasi tentang produk yang digunakan. | <ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Intencity</i>, meliputi seberapa sering mencari informasi melalui media sosial, seberapa sering berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial, dan seberapa sering memberikan ulasan di media sosial</li><li>- <i>Valence of Opinion</i>, meliputi ulasan positif dan saran dari konsumen di media</li></ul> | Skala <i>likert</i> (1-5) |

<sup>12</sup> Purwanto, 6.

<sup>13</sup> Ilham Agustian, Harius Eko Saputra, and Antonio Imanda, “Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu,” *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik* 6, no. 1 (2019): 44, <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>.

| Variabel             | Definisi                                                                                                                                                                                         | Indikator                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Pengukuran                |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
|                      |                                                                                                                                                                                                  | <p>sosial</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Content</i>, meliputi Data tentang ragam produk, keunggulan produk, dan informasi harga produk.<sup>14</sup></li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                   |                           |
| Kualitas Produk (X2) | Menurut Sigit Prabawa, Anisya Zoelnanda, Choiroel Anam dan Samanhudi, kualitas produk menjadi hal utama pada pemasaran. Semakin produk berkualitas maka produk akan selalu dicari oleh konsumen. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Warna Pengaruh warna dapat meningkatkan selera makan seseorang. Beberapa warna yang dapat menggugah selera makan yaitu hijau, oranye, warna-warna yang mengkilap (<i>gold</i>).</li> <li>- Rasa Rasa menjadi hal utama dalam kualitas produk. Rasa yang terdapat pada suatu produk harus sempurna dan sesuai dengan standar lidah masyarakat Indonesia, karena lidah masyarakat</li> </ul> | Skala <i>likert</i> (1-5) |

<sup>14</sup> d I Adeliastari, Vina Ivana, And Sienny Thio, "Electronic Word-Of-Mouth (E-Wom) Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Di Restoran Dan Kafe Di Surabaya," *Hospitality Dan Manajemen Jasa* 2, no. 2 (2020): 2.

| Variabel   | Definisi                                                                                                                                                                                                  | Indikator                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Pengukuran                |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
|            |                                                                                                                                                                                                           | <p>indonesia sangat peka terhadap rasa yang asin, manis, kecut, pedas dan gurih.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tekstur Beberapa masyarakat sensitif terhadap tekstur dari makanan, karena yang biasa diperhatikan adalah rasa dan aroma. Tekstur makanan menjadi hal utama apakah produk dapat diterima oleh pasar atau tidak.<sup>15</sup></li> </ul> |                           |
| Harga (X3) | Menurut Brian Hesmu Nurcahyo dan Imroatul Khasanah, harga sering menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk, perbandingan harga selalu dilakukan agar pengorbanan yang dilakukan sebanding dengan | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga terjangkau</li> <li>- Harga sebanding dengan kualitas produk</li> <li>- Harga sebanding dengan kagunaan produk/jasa.<sup>16</sup></li> </ul>                                                                                                                                                                           | Skala <i>likert</i> (1-5) |

<sup>15</sup> Prabawa, Zoelnanda, and Anam, "Sigit Prabawa, Anisya Zoelnanda, Choirael Anam, Samanhudi."

<sup>16</sup> Nurcahyo and Khasanah, "Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Taman Joglo Cafe Semarang)," 5.

| Variabel       | Definisi                                                                                                                                                     | Indikator                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Pengukuran                |
|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|
|                | barang yang diperoleh.                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                           |
| Minat Beli (Y) | Menurut Hana Fila Delfia dan Anne Rumondang Malau, minat beli bisa dikatakan sebagai niat untuk membeli barang/jasa dengan mempertimbangkan terlebih dahulu. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Minat transaksi merujuk pada keinginan untuk memanfaatkan produk tersebut secara langsung.</li> <li>- Minat referensial adalah keinginan untuk mengajukan rekomendasi produk kepada individu lain.</li> <li>- Minat prefensional adalah keinginan untuk mendeskripsikan suka atau tidaknya terhadap produk tersebut.</li> <li>- Minat eksploratif adalah mendeskripsikan Tindakan individu yang secara terus-menerus mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari data yang menegaskan keunggulan produk tersebut.<sup>17</sup></li> </ul> | Skala <i>likert</i> (1-5) |

Sumber: Penggabungan Teori yang Dikembangkan, 2023

<sup>17</sup> Surbakti and Malau, “Pengaruh Persepsi Harga Dan Kepercayaan Konsumen Di Aplikasi Shopee Terhadap Minat Beli Produk Fashion Saat Pandemi Covid-19 Pada Masyarakat Milenial Di Kota Medan,” 84.

## F. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dapat memberikan rangkuman dari sampel dan pengamatan penelitian. Analisis deskriptif menggambarkan, menampilkan dan merangkum karakteristik dasar dari data penelitian supaya mudah dipahami. Terdiri dari perhitungan mean, median, modus, standar devition dan perhitungan persentase.<sup>18</sup>

## G. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses evaluasi yang mengindikasikan seberapa baik suatu instrumen dapat mengukur apa yang dimaksudkan. Pengukuran validitas digunakan untuk menilai kecocokan instrumen. Kuesioner dianggap valid jika pertanyaan yang diajukan dapat mengukur variabel yang dituju.<sup>19</sup> Salah satu teknik yang umum digunakan untuk menguji validitas oleh para peneliti adalah korelasi Bivariate Pearson, yang mengukur hubungan antara setiap item dan total skor, yang merupakan jumlah dari semua item. Persyaratan pengujian adalah sebagai berikut:

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  atau nilai  $p-value < \alpha$  (0,05), maka dikatakan valid.
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  atau nilai  $p-value > \alpha$  (0,05), maka dikatakan tidak valid.<sup>20</sup>

### b. Uji Reliabilitas

Keandalan adalah indikator yang menggambarkan seberapa akurat suatu pengukuran tanpa kesalahan, menuntut konsistensi dalam pengukuran dari waktu ke waktu dan dalam situasi yang berbeda. Oleh karena itu, uji reliabilitas bertujuan untuk mengevaluasi seberapa stabil dan reliabel instrumen dalam menilai kesesuaian ukuran.<sup>21</sup>

Untuk menguji reliabilitas, nilai Cronbach Alpha dengan tingkat signifkansi sebagai berikut:

<sup>18</sup> Statistika Deskriptif Pengertian, Fungsi Jenisnya, and Anggi Dwiyanto, "Statistika Deskriptif: Pengertian, Fungsi Dan Jenisnya," no. January (2023): 2.

<sup>19</sup> N O Juni et al., "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produktivitas Kerja Karyawan Pt Bank Panin Dubai Syariah, Tbk Jabodetabek Selama Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmiah M-Progress* 11, no. 2 (2021): 129, <https://doi.org/10.35968/m-pu.v11i2.694>.

<sup>20</sup> Vol et al., "Jurnal Simetrik Vol 11, No. 1, Juni 2021," 2.

<sup>21</sup> Esi Rosita, Wahyu Hidayat, and Wiwin Yuliani, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial," *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)* 4, no. 4 (2021): 282, <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>.

- a) Jika koefisien alpha Cronbach > ambang batas yang signifikan (0,70), maka dianggap dapat diandalkan.
- b) Jika koefisien alpha Cronbach < ambang batas yang signifikan (0,70), maka dianggap tidak dapat diandalkan.<sup>22</sup>

## H. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data, studi ini memanfaatkan pendekatan analisis deskriptif dengan pengujian validitas dan reliabilitas. Uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas diaplikasikan untuk menguji asumsi klasik. Analisis regresi linier berganda kemudian diterapkan untuk menganalisis data. Akan tetapi, untuk menguji hipotesis, metode lain digunakan, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji simultan (F), dan uji parsial (t). SPSS 21 adalah program *software* yang digunakan untuk mengolah data statistik selama penelitian.<sup>23</sup> Metode analisis data dibagi menjadi beberapa kategori, seperti:

## I. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas Data

Pengujian normalitas digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana distribusi data dalam penelitian ini mendekati atau memenuhi syarat distribusi normal. Hasil *output* analisis spss bisa digunakan untuk menampilkan data dalam bentuk kurva lonceng, untuk menilai apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Secara deskriptif, histogram residual regresi standar dapat menjadi alat untuk menguji normalitas. Secara statistik, hasil uji Kolmogorov-Smirnov dapat memberikan informasi tentang normalitas data. Nilai signifikansinya adalah sebagai berikut:

- a) Apabila nilai signifikansi (sig) > 0,05, dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi yang mendekati normal.
- b) Jika nilai signifikansi (sig) < 0,05, data dianggap tidak memiliki distribusi normal.<sup>24</sup>

### 2. Uji Heteroskedastisitas

Analisis heteroskedastisitas berguna mengevaluasi apakah varians residual tidak konstan dalam model regresi mengevaluasi

<sup>22</sup> Vol et al., "Jurnal Simetrik Vol 11, No. 1, Juni 2021," 2.

<sup>23</sup> Rita Raya et al., "Pelatihan Pengolahan Dan Analisis Data Menggunakan SPSS Bagi Mahasiswa STPK ST . Yohanes Rasul Jayapura" 2, no. 1 (2023): 31.

<sup>24</sup> Rurry Patradhiani, Budi Kurniawan, and Masayu Rosyidah, "Rancang Bangun Kursi Ergonomis Untuk Mengurangi Muscoloskelatal Pada Pengrajin Songket Palembang" 22, no. 2 (2023): 95.

apakah variasi dan residu bervariasi antara satu observasi dengan observasi lainnya. Keberadaan homoskedastisitas terjadi ketika variasi dan residu model regresi tetap konstan untuk setiap pengamatan, sedangkan heteroskedastisitas terjadi ketika variasi dan residu berbeda antar pengamatan. Uji heteroskedastisitas, nilai signifikansi adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b) Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas.<sup>25</sup>

### 3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dalam spss mengacu pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan Koefisien korelasi antara variabel independen digunakan untuk menilai apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam model regresi linier berganda. Toleransi diperhitungkan dengan nilai sebagai berikut:

- a) Jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai toleransi kurang dari 0,10, maka ada indikasi masalah multikolinearitas.
- b) Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,10, maka tidak terdapat indikasi multikolinearitas.<sup>26</sup>

### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menilai apakah terdapat korelasi antara nilai residual dalam model regresi linier. Adanya korelasi tersebut disebut sebagai masalah autokorelasi. Model regresi linier berganda yang berkualitas menunjukkan ketiadaan autokorelasi. Dalam penelitian ini, kriteria uji Durbin-Watson digunakan untuk menguji autokorelasi. Jika nilai Durbin-Watson (DW) berada dalam rentang antara nilai dua dan  $(4 - \text{dua})$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.<sup>27</sup>

### 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menjelajahi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam studi ini, terdapat beberapa variabel independent yaitu *electronic word of mouth* (X1), kualitas produk (X2), dan harga

<sup>25</sup> Abdul Rauf Alhayra, Jannati Tangngisulu, and Yana Fajriah, "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi" 5, no. 1 (2024): 2673.

<sup>26</sup> Moh Slamet Sutrimo et al., "Pengelompokan Faktor-Faktor Pengaruh Online Repurchase Intention Pada Pengguna Aplikasi Webstore Pencari Kost Online," 2023, 137.

<sup>27</sup> Kesadaran Subjek et al., "Https://Ojs.Jekobis.Org/Index.Php/Liabilitas 11" 9, no. 1 (2024): 16.

(X3). Variabel terikat adalah minat beli (Y). Rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Y = Minat Beli

$\alpha$  = Konstanta

X1 = *Electronic Word of Mouth*

X2 = Kualitas Produk

X3 = Harga

b = Koefisien regresi variabel independen.<sup>28</sup>

## J. Uji Hipotesis

### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui seberapa jauh model menjelaskan variasi variabel responden, koefisien determinasi ditunjukkan dalam tabel model summary<sup>b</sup> dan ditulis dalam bentuk R square. Sebaliknya, untuk regresi linier berganda menggunakan R square yang sudah tertulis adjusted R square ( $R^2$ ) negatif dianggap nol.<sup>29</sup>

### 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F umumnya digunakan untuk menentukan apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

- Jika nilai sig < 0.05 dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- Jika nilai sig > 0,05 dengan nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  ditolak.<sup>30</sup>

### 3. Uji Parsial (Uji T)

Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat diukur dengan uji t. Uji hipotesis, yang juga dikenal sebagai uji t sampel, bertujuan untuk menentukan validitas hipotesis. Uji t terdiri dari beberapa langkah, yaitu:

- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau sig > 0,05, maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya variabel independen (X) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

<sup>28</sup> Jurusan Fisika and Universitas Udayana, "Regresi Linier Berganda," 2016, 2.

<sup>29</sup> Andry Suryo and Sri Marwanti, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Volume Impor Beras Di Indonesia Determinant Factors of Imports Rice in Indonesia" 2, no. 2023 (2024): 106.

<sup>30</sup> Rissalatul Illiyin and Email Itarahmayahoocoid, "Top Smartphone Di" 10, no. 1 (2021): 106.

- b) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel independen (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel indeependen (Y).<sup>31</sup>




---

<sup>31</sup> Ridwan Putra and Irwan Satria, "Pengaruh Model Pembelajaran Group Investigation Terhadap Hasil Belajar IPS Siswa Kelas VIII Di SMP Negeri 24 Kota Bengkulu" 6, no. X (2024): 66.